



GUÍA PRÁCTICA / EDICIÓN 2026

38 renders. Tres reuniones. Con **siete** habría bastado.

Un encargo típico para aprobar un proyecto de interiorismo, con precio línea a línea de 25.918 \$, y las siete vistas que aprueban una oficina, una tienda o una clínica en una reunión por 3.100 \$.

POR DÓNDE EMPEZAR

El diseño estaba listo. Las imágenes, no.

La mayoría de los proyectos de oficinas, tiendas y clínicas que se retrasan no lo hacen por el diseño. Se retrasan en la reunión de aprobación, cuando la dirección, el equipo de marca y el arrendador miran el mismo set de renders y ninguno encuentra la imagen que responde a su pregunta. La reunión termina con una lista de vistas que alguien quiere ver y una fecha para la siguiente.

El set no estaba mal hecho. Se encargó para el edificio y no para la sala: una vista de cada espacio del plano, los dos esquemas de acabados por si acaso, un recorrido para impresionar. Nadie apuntó quién estaría en la mesa, así que nadie pudo decir qué cuatro o cinco imágenes hacían falta, y el encargo creció para cubrir todas las posibilidades menos la correcta.

LO QUE SE SUELE ENCARGAR		LO QUE DE VERDAD PREGUNTA LA REUNIÓN	
01	Una vista de cada sala del plano	Cuatro o cinco preguntas, una por persona en la mesa. Una sala sobre la que nadie decide todavía no necesita imagen.	
02	Los dos esquemas de acabados en cada vista	La dirección elige el esquema en una imagen. Muestre la principal dos veces y lleve el ganador al resto.	
03	Un recorrido para convencer a la dirección	La dirección aprueba un gasto. Necesita el espacio central, el plano y la cifra, no una película.	
04	El edificio desde cada calle	El arrendador y urbanismo necesitan la fachada desde donde está la gente, con los rótulos puestos.	

Cada «¿podemos ver?» es otra reunión.

Cada vista de esa lista es otro render, otra semana y otra fecha en cinco agendas. El set que lo evita es pequeño, y se elige según quién estará en la sala, no según lo que hay en el plano.



Render de producción de Maverick Frame.

LA FACTURA

Lo que cuestan tres reuniones en imágenes

Abajo hay un compuesto de los encargos que nos piden presupuestar para oficinas, tiendas y clínicas, a tarifas de estudio de gama media. Cada línea es una petición razonable por sí sola. El problema es el momento: casi todo el encargo se hizo antes de que nadie preguntara quién lo aprobaría, y el resto después de que la primera reunión terminara sin decisión.

PARTIDA	BASE	A TARIFA DE ESTUDIO
01 Una vista interior por sala, dieciséis salas	16 x 450 \$	7.200 \$
02 El segundo esquema de acabados en la mitad	8 x 450 \$	3.600 \$
03 El edificio desde tres calles	3 x 450 \$	1.350 \$
04 Una aérea «para dar contexto»	1 x 600 \$	600 \$
05 Cuatro panorámicas de 360 grados para la dirección	4 x 550 \$	2.200 \$
06 Un recorrido de 45 segundos	0,75 min	4.500 \$
07 Seis vistas nuevas pedidas en la primera reunión	6 x 450 \$	2.700 \$
08 Cambios de acabados llevados a dieciséis vistas	16 x 120 \$	1.920 \$
Subtotal, 38 imágenes y una película		24.070 \$
Urgencia en el segundo lote, para mantener la tercera reunión		+ 1.848 \$

Lo que costó el encargo 25.918 \$

Lo que cuesta el set de aprobación de siete vistas 3.100 \$

38	3	7	3.100 \$
IMÁGENES ENCARGADAS	REUNIONES PARA APROBAR	VISTAS QUE NECESITABA LA SALA	POR ESAS SIETE

La diferencia son dos reuniones, no un descuento.

Ninguna de las imágenes extra fue trabajo perdido, ni para nosotros ni para usted; cada una respondió a una pregunta que alguien hizo. Simplemente se encargaron antes de saber quién preguntaría qué, y luego se volvieron a encargar con prisa para responder a lo que el primer set no cubrió. Los 22.818 \$ de diferencia no son margen de negociación. Son el precio de no apuntar quién está en la sala.

Cómo leerla. Las líneas 01 a 06 se encargaron antes de la primera reunión, para el edificio. Las líneas 07 y 08 son lo que pidió la primera reunión, y la urgencia es lo que costó mantener la tercera en su fecha. El set de siete vistas de la página siguiente responde a las mismas preguntas antes de que empiece la primera reunión.

EL SET DE APROBACIÓN

Quién está en la sala y qué tiene que ver

Apunte quiénes estarán en la reunión de aprobación antes de encargar una sola vista. Cada uno decide una cosa, y cada decisión necesita una imagen, a veces dos. Donde sus preguntas se solapan, una vista sirve a ambos.

EN LA MESA	LO QUE DECIDE, Y LA VISTA QUE LO MUESTRA
01 Dirección o dueño del negocio	Si gastar el dinero. La vista principal del espacio central, la misma en el segundo esquema de acabados y un plano amueblado de todo el local.
02 Marca o marketing	Si se parece a la marca. Una vista cercana de la recepción, el mostrador o la pared del logotipo, con los acabados y los rótulos reales.
03 Arrendador	Lo que toca el edificio base: escaparate, rótulos, entrada, todo lo que se fija a la fachada. La fachada desde la calle, a la altura de los ojos.
04 Inquilino o quienes lo usarán	Si pueden trabajar ahí. Una vista cotidiana: un puesto de trabajo, una consulta, un probador. No la recepción.
05 Urbanismo	Solo si cambia el exterior. La fachada desde el punto que pide la administración, y al atardecer si los rótulos van iluminados.
06 Cualquiera fuera de esta lista	Si nadie en la mesa decide sobre una sala, esa sala aún no necesita imagen. Llegará después, del mismo modelo.

LAS SIETE VISTAS	RESPONDE A	PRECIO
Vista principal del espacio central, de día	Dirección, marca	550 \$
La principal en el segundo esquema de acabados	Dirección	450 \$
Vista cotidiana: puesto de trabajo, consulta o probador	Inquilino, usuarios	450 \$
Detalle de marca: recepción, mostrador o pared del logotipo	Marca	350 \$
Fachada desde la calle, a la altura de los ojos	Arrendador, urbanismo	450 \$
Fachada al atardecer, rótulos iluminados	Arrendador, urbanismo	450 \$
Plano 3D amueblado del local	Dirección, arrendador	400 \$

3.100 \$ por el set, entregado como un solo paquete

A tarifas de estudio de gama media, en un plazo de 2 a 3 semanas con borradores. Encargue primero la principal y apruébela sola: acabados, mobiliario y luz quedan resueltos en una imagen, y las otras seis vistas se acuerdan más rápido. Todo lo que la reunión no necesitó puede añadirse después desde el mismo modelo.

LA ÚNICA PÁGINA

Qué enviarnos para un proyecto como este

Un brief para un set de aprobación comercial no tiene que ser una especificación. Media página basta para presupuestar y empezar, casi siempre en el cuerpo de un correo. Diga qué tiene que decidir la reunión y deje el detalle a quienes hacen esto cada día.

01	El espacio	Una planta de oficinas, una tienda, una clínica, y su superficie. Planos, y un modelo si lo hay; diga cuál es el vigente.
02	La reunión	Su fecha y quién estará en la sala. Esto, más que el plano, decide las vistas.
03	La principal	El espacio con el que se vende el diseño: la recepción, la sala de ventas, la consulta principal. Márquelo en el plano.
04	Esquemas de acabados	Cuántos siguen abiertos. Dos sobre la principal suelen bastar para decidir.
05	Lo que debe ser exacto	Acabados, mobiliario y elementos que la dirección o la marca reconocerían por su nombre. El resto puede salir de una biblioteca.
06	Material de marca	Logotipos, planos de rótulos y manual de marca, si la marca tiene voz en la decisión.
07	El exterior	Si cambian la fachada, los rótulos o la entrada, y si el arrendador o urbanismo deben dar su visto bueno.
08	Dónde más se usará	Comercialización, selección de personal, la web. Fija la resolución y qué vistas planificar para después.
09	La fecha en que lo necesita	La fecha de la reunión menos una semana, no la de la reunión. La dirección debe ver el set antes de entrar en la sala.
10	El presupuesto	Una cifra o un rango. Es el camino más rápido a un set que encaje.

Encargue para la reunión, no para el edificio

El set lo eligen las personas de la mesa. Las vistas para comercializar, la web o la inauguración llegan después desde el mismo modelo, más rápidas y baratas que si se hubieran encargado a ciegas.

Envíelo a medio hacer

Un brief con la mitad de estas líneas respondidas basta para empezar. Las respuestas que falten vuelven como tres o cuatro preguntas, y esas preguntas son la conversación que decide el precio.

Adjunte lo que tenga, en el estado en que esté: planos en PDF, un modelo de Revit, SketchUp o Rhino, fotos del local actual, la guía de implantación del arrendador y los planos de rótulos. Los archivos que falten le llegan como una pregunta, no como un retraso.

LO QUE CUESTA

Precios de mercado y condiciones, para revisar cualquier presupuesto

Rangos que vemos en el mercado en 2026, de autónomo a estudio. Úselos para contrastar cualquier presupuesto, incluido el nuestro.

TRABAJO ENCARGADO	AUTÓNOMO	ESTUDIO
Imagen exterior, una	100 \$ - 300	250 \$ - 600
Imagen interior, una	120 \$ - 350	300 \$ - 700
Paquete de 5 - 8 vistas	600 \$ - 1.500	1.500 \$ - 4.000
Animación, por minuto	1.000 \$ - 3.000	3.000 \$ - 8.000

Nuestros plazos y condiciones de revisión estándar. Son los que presupuestamos salvo que un proyecto necesite otra cosa, y en ese caso lo decimos antes de empezar.

FASE O ENTREGABLE	ESTÁNDAR DE MAVERICK FRAME
Primer borrador de una imagen fija	De 3 a 5 días laborables desde un brief completo
Imágenes finales, paquete de 5 - 8	De 2 a 3 semanas, borradores incluidos
Animación de hasta un minuto	De 4 a 6 semanas, primero storyboard y previsualización
Rondas de revisión incluidas	Dos en fase de borrador y una sobre la imagen final
Qué cuenta como una ronda	Una sola lista consolidada de comentarios, enviada de una vez
Entrega urgente	La mitad de plazo por alrededor de un 40 % más, si el calendario lo permite

Tenga un estudio elegido antes de que la fecha esté encima

Los proyectos más caros que vemos no son los que llegan con un brief flojo. Son los que se encargan con prisa, cuando el primer proveedor ya ha fallado y la fecha de lanzamiento no se mueve. Valore uno o dos estudios mientras nada es urgente.

Una nota sobre hacerlo en casa: un solo artista necesita unas diez suscripciones de software, una estación de trabajo y varias habilidades adyacentes, desde el modelado y la iluminación hasta la postproducción y el trato con el cliente. Solo compensa si esa persona tiene trabajo todos los días. Por debajo de eso, las cuentas favorecen por sí solas externalizar.

SIGUIENTE PASO

Envíenos lo que ya tenga

Planos, un modelo, fotografías o un borrador de brief, en el estado en que estén. Le responderemos con un alcance, un precio y las preguntas que lo deciden, por escrito y sin llamada comercial.

El formulario de contacto	maverickframe.com/contacts/
Render comercial	maverickframe.com/es/servicios/render-comercial/
O simplemente	responda al correo con el que le llegó esta guía.

Escrita por quienes leen estos briefs

Dim Kuzmenko es el fundador de Maverick Frame Studio. Las cifras de esta guía salen de nuestra propia bandeja de entrada y de nuestras propias tarifas, no de una encuesta del sector.